

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada penelitian penulis dengan judul “Pengaruh *Product Innovation*, *Service Innovation*, *Process Innovation*, dan *Marketing Innovation* terhadap *Business Sustainability* pada UMKM di Kota Tangerang Selatan” akan berfokus pada populasi UMKM di daerah Tangerang Selatan.

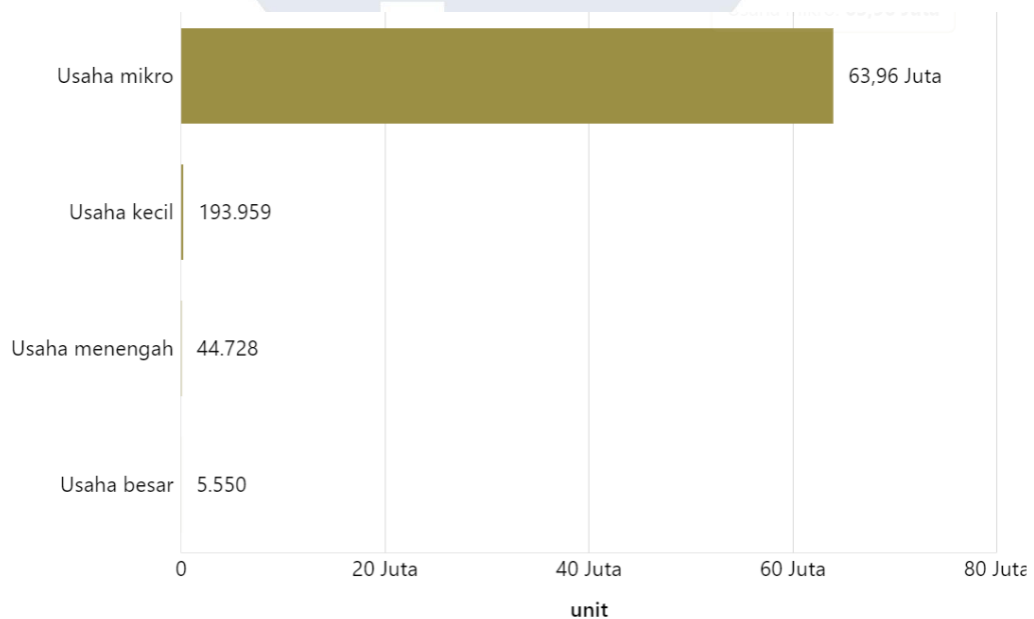
3.1.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) merupakan segmen usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha dengan kriteria tertentu sesuai ketentuan pada undang-undang atau peraturan pemerintah. Peraturan pemerintah yang mengatur mengenai UMKM terdapat pada PP No. 7 Tahun 2021. Dalam PP No. 7 Tahun 2021 peraturan pemerintah tersebut dijelaskan pengertian dan kriteria UMKM sebagai berikut:

- 1) Usaha mikro merupakan usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan dengan kriteria modal usaha maksimal Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) diluar tanah dan bangunan tempat usaha, dan kriteria omset tahunan maksimal Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- 2) Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan perseorangan atau badan usaha dan bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan lain dengan kriteria modal usaha lebih dari Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai maksimal Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) diluar tanah dan bangunan tempat usaha, dan kriteria omset tahunan lebih dari

Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai maksimal Rp 15.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

- 3) Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan perseorangan atau badan usaha dan bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan lain dengan kriteria modal usaha lebih dari Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai maksimal Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) diluar tanah dan bangunan tempat usaha, dan kriteria omset tahunan lebih dari Rp 15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai maksimal Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah) (PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 7 TAHUN 2021 TENTANG KEMUDAHAN, PELINDUNGAN, DAN PEMBERDAYAAN KOPERASI DAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH, 2021).



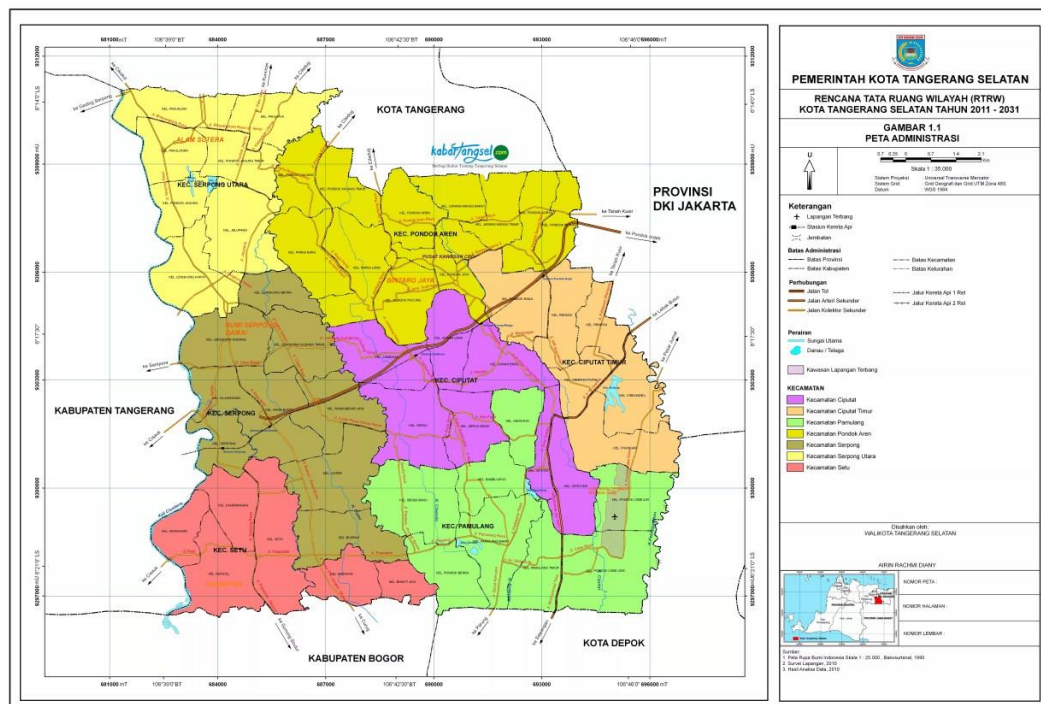
Gambar 3. 1 Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2021

Sumber: databoks.katadata.co.id (2023)

Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkopukm) menyatakan bahwa jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 64,2 juta unit. Diantara 64,2 juta unit usaha, 63,96 juta unit tersebut merupakan jenis usaha mikro dengan total kontribusi

sebesar 99,62 persen dari total UMKM di Indonesia. Sedangkan jumlah usaha kecil yakni sebesar 193.959 unit atau dengan nilai kontribusi sebesar 0,3 persen dari jumlah UMKM. Sementara usaha menengah berjumlah sebesar 44.728 unit atau dengan nilai kontribusi sebesar 0,07 persen dari total UMKM (Muhamad, 2023).

3.1.2 Kota Tangerang Selatan



Gambar 3. 2 Peta Kota Tangerang Selatan

Sumber: kabartangsel.com (2017)

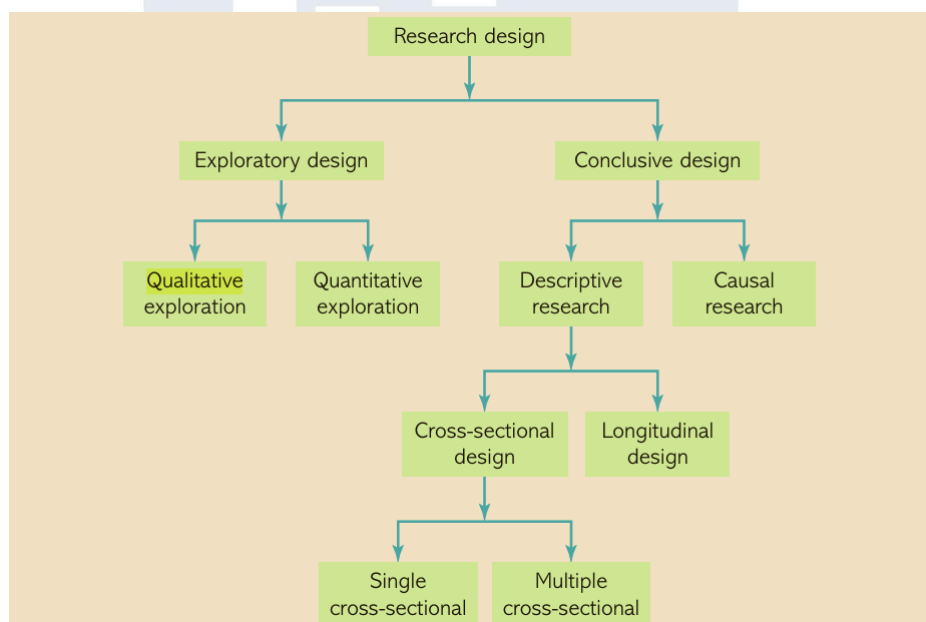
Berdasarkan data yang diperoleh dari kabartangsel.com (2017), Kota Tangerang Selatan merupakan salah satu kota yang berada di Provinsi Banten, Indonesia. Terletak sejauh 30 km sebelah barat Jakarta dan 90 km sebelah Tenggara Serang, kota Tangerang Selatan memiliki perbatasan dengan Kota Tangerang di sebelah utara, Kota Bogor di Selatan, Kabupaten Tangerang di barat dan DKI Jakarta di timur. Kota Tangerang Selatan memiliki titik koordinat 106°38' – 106°47' Bujur Timur dan 06°13'30' – 06°22'30' Lintang Selatan (kabartangsel, n.d.).

Menurut data yang diperoleh dari Tribuntangerang.com (2022), Kota Tangerang Selatan tercatat memiliki sebanyak 149.720 unit UMKM dengan berbagai jenis bidang (Simanjorang, 2022).

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan kerangka kerja yang disusun guna melakukan proyek penelitian tertentu (Birks, 2016). Desain penelitian dibutuhkan guna mendapatkan informasi yang digunakan untuk menyusun dan menyelesaikan masalah yang ada dalam suatu penelitian sehingga suatu penelitian dapat berjalan secara efektif dan efisien.

3.2.1 Jenis Desain Penelitian



Gambar 3. 3 Research Design

Sumber: Birks (2016)

Dalam melakukan penelitian terdapat 2 jenis desain penelitian yakni desain penelitian *exploratory* dan *conclusive* (Birks, 2016).

1) *Exploratory Research Design*

Merupakan desain penelitian yang bertujuan guna memberikan pengetahuan serta pemahaman tentang sifat suatu fenomena. Jenis desain penelitian ini memiliki proses yang bersifat

fleksibel, tidak terstruktur, dan dapat berkembang. Umumnya jenis desain penelitian ini memiliki sampel yang kecil.

2) *Conclusive Research Design*

Merupakan desain penelitian yang bertujuan dalam menguji suatu hipotesis serta menguji hubungan setiap variabel. Jenis desain penelitian ini memiliki proses yang bersifat terstruktur dan formal. Umumnya desain penelitian ini menggunakan sampel dalam jumlah besar dan bertujuan untuk mewakili.

1. *Descriptive Research*

Merupakan jenis penelitian yang bertujuan guna menjelaskan sesuatu misalnya dengan perumusan pertanyaan dan hipotesis penelitian spesifik sebelumnya. Terdapat 2 tipe dalam penelitian ini, yakni *cross-sectional design* dan *longitudinal design*. *Cross-sectional design* merupakan jenis desain yang melibatkan pengumpulan data hanya satu kali dari sampel elemen populasi tertentu. *Logitudinal design* merupakan jenis desain yang melibatkan sampel tetap yang diukur berulang kali dari unsur-unsur populasi dengan sampel yang sama sehingga suatu perubahan akan terlihat jelas.

2. *Causal Research*

Merupakan jenis penelitian yang bertujuan guna membuktikan adanya hubungan sebab akibat. Jenis penelitian ini cocok digunakan guna mengetahui variabel mana yang menjadi penyebab dan variabel mana yang menjadi pengaruh, mengetahui sifat hubungan antar variabel, dan menguji hipotesis.

Penelitian penulis dengan judul “Pengaruh *Product Innovation, Service Innovation, Process Innovation, dan Marketing Innovation* terhadap *Business Sustainability* pada UMKM di Kota

Tangerang Selatan” termasuk ke dalam jenis penelitian *Conclusive research* dengan penggunaan *Descriptive research* tipe *Cross-sectional design* untuk mengetahui penjelasan mengenai pengaruh variabel-variabel *innovation* yakni *Product Innovation*, *Service Innovation*, *Process Innovation*, dan *Marketing Innovation* terhadap variabel *Business Sustainability* pada UMKM di Tangerang Selatan. Penulis melakukan pengumpulan data sebanyak satu kali dari sampel UMKM di Kota Tangerang Selatan.

3.2.2 Data Penelitian

Menurut Malhotra (Birks, 2016) terdapat 2 jenis data yang biasa digunakan dalam penelitian, yakni *primary data* dan *secondary data*.

1. *Primary Data*

Data primer merupakan data yang berasal dari peneliti guna mengatasi masalah atas fenomena yang diteliti. Umumnya, pengumpulan data primer membutuhkan waktu yang lebih lama dan biaya yang lebih tinggi.

2. *Secondary Data*

Data sekunder merupakan data yang dihimpun dengan tujuan lain di luar masalah yang terjadi pada fenomena yang diteliti. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai artikel, jurnal, majalah, maupun buku yang diperlukan untuk penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis memanfaatkan informasi langsung (data primer) yang diperoleh dari data survei melalui *google form* dengan skala *likert 5* untuk menentukan tingkat paling tidak setuju hingga paling setuju pada total sekitar 31 pernyataan yang disebarkan pada target responden. Penulis menggunakan data yang telah dipublikasikan dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, dan artikel sebagai bahan rujukan (data sekunder) dalam penelitian ini.

3.2.3 Metode Penelitian

Menurut Malhotra (Birks, 2016) terdapat 2 jenis metode penelitian, yakni metode kualitatif dan kuantitatif.

1. Metode Kualitatif

Metode ini memiliki desain yang tidak terstruktur dengan sifat eksplorasi pada sampel kecil guna memberikan pengetahuan serta pemahaman yang mendalam.

2. Metode Kuantitatif

Metode ini memiliki teknik penelitian guna mengukur data dan umumnya menerapkan beberapa bentuk pengukuran serta analisa statistik.

Dalam penelitian penulis, metode penelitian yang digunakan ialah metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dari hasil survei *online* yang dilakukan kepada target responden sehingga dapat membuktikan hipotesis awal.

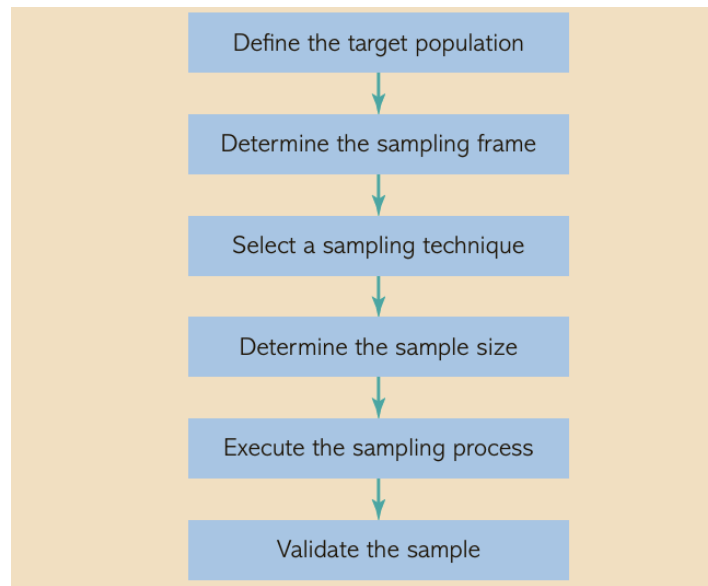
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Malhotra (Birks, 2016), populasi merupakan kumpulan objek dengan serangkaian karakteristik yang serupa, meliputi seluruh bidang terkait tujuan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, target populasinya merupakan UMKM dari berbagai sektor bidang di daerah Tangerang Selatan dengan usia operasional kurang lebih 3 tahun.

3.3.2 Sampel

Menurut Malhotra (Birks, 2016), sampel merupakan subkelompok dari populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam penelitian. Terdapat 6 tahap dalam sampling design process, yakni *define the target population, determine the sampling frame, select a sampling technique, determine the sampling size, execute the sampling process, dan validate the sample.*



Gambar 3. 4 *Sampling Design Process*

Sumber: Birks (2016)

1. *Define the target population*

Menentukan target populasi dengan mengidentifikasi objek-objek yang memiliki data yang relevan untuk penelitian ini. Target populasi dalam penelitian ini merupakan UMKM di Tangerang Selatan dengan usia operasional kurang lebih 3 tahun.

2. *Determine the sampling frame*

Menentukan kerangka sampel yang merupakan representasi unsur-unsur target populasi. Dalam penelitian ini, kerangka sampel tidak digunakan.

3. *Select a sampling technique*

Memilih teknik sampling. Terdapat dua jenis pengambilan sampel yakni *non-probability sampling* dan *probability sampling*. *Probability sampling* bergantung pada peluang sebab setiap objek memiliki peluang menjadi sampel. *Probability sampling* memiliki beberapa tipe yakni:

- a. *Simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan

memastikan seluruh populasi telah dimasukkan ke daftar induk dan subjeknya dipilih secara acak.

- b. *Stratified random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan mengelompokkan subjek ke beberapa klasifikasi berbeda lalu sampel akan dipilih secara acak dengan catatan tidak tumpang tindih.
- c. *Cluster atau random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan apabila jumlah populasi besar dan sampel akan dipilih secara acak, misal berdasarkan area (kota).
- d. *Systematic sampling* merupakan teknik pengambilan sampel secara acak sistematis, subjek yang dipilih menjadi bagian sampel menggunakan interval tetap.
- e. *Multi-stage sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang kompleks dengan menggabungkan dua atau lebih metode *probability sampling* lainnya.

Sementara *Non-probability sampling* bergantung pada penilaian peneliti sebab sampel diambil menggunakan penilaian pribadi dari peneliti. *Non-probability sampling* memiliki beberapa tipe, yakni:

- b. *Convenience sampling* merupakan teknik yang berupaya mendapat sampel objek yang tepat dan pemilihan unit dalam pengambilan sampel diserahkan pada pewawancara.

- c. *Judgmental sampling* merupakan teknik yang dilakukan untuk memilih sampel dengan unsur-unsur populasi berdasarkan penilaian peneliti.
- d. *Quota sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang terbatas pada dua tahap yakni pengembangan kontrol atau kuota objek populasi dan berdasarkan kemudahan atau penilaian.
- e. *Snowball sampling* merupakan Teknik yang dilakukan dengan diawali pemilihan peserta secara acak lalu peserta dipilih berdasarkan referensi atau informasi yang disediakan peserta.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *Probability sampling tipe random sampling* sebab dalam penelitian ini, sampel dipilih secara acak dari Kawasan Tangerang Selatan dengan ketentuan dari penilaian pribadi peneliti, yakni:

1. UMKM di Tangerang Selatan.
 2. Usia operasional UMKM kurang lebih 3 tahun.
4. *Determine the sampling size*
- Menentukan ukuran sampel dengan memilih objek dari suatu populasi. Ukuran sampel dapat dipengaruhi oleh tujuan penelitian, ketersediaan sumber daya, keberagaman populasi, dan tingkat signifikan. Dengan memiliki sampel yang lebih besar maka akan semakin besar pula tingkat keakuratan suatu penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menetapkan sampel dengan rumus $N \times 5$ guna memperoleh data secara maksimal (Birks, 2016). Hal ini dilakukan karena penentuan jumlah sampel dengan rumus menurut Malhotra dianggap sesuai dan dapat dilakukan mengingat waktu yang dimiliki penulis terbatas. Penulis menyebarkan survei dengan 31 pernyataan

untuk mengukur 5 variabel sehingga minimal *sample size* yang dibutuhkan berjumlah 155 responden.

5. *Execute the sampling process*

Melakukan pengambilan sampel sesuai dengan kerangka yang sudah dibuat pada langkah-langkah diatas.

6. *Validate the sample.*

Melakukan validasi terhadap sampel terkait masalah penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Periode Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada awal bulan Februari tahun 2024 dengan melakukan riset mengenai permasalahan atas fenomena yang terjadi seputar bidang *entrepreneurship* atau bisnis, mencari jurnal utama dengan topik relevan yang telah dipilih, Menyusun latar belakang serta rumusan masalah pada bab 1, lalu dilanjutkan dengan riset untuk bab 2 dan bab 3 melalui berbagai data sekunder seperti artikel, jurnal, dan buku, penyusunan dan distribusi kuisioner, pengumpulan dan pengolahan data dari responden, membuat pembahasan, kesimpulan, dan saran berdasarkan hasil data yang telah diolah. Penelitian ini akan selesai pada bulan Mei 2023 sehingga waktu total yang dibutuhkan guna menyelesaikan penelitian ini sekitar 4 bulan.

3.4.2 Proses Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, terdapat langkah-langkah yang digunakan dalam tahap penyusunan, yakni:

1. Mengidentifikasi fenomena yang ada di masyarakat terkait bidang bisnis sebagai topik penelitian.
2. Mencari jurnal utama sebagai acuan dalam penelitian ini.

3. Melakukan riset terhadap artikel-artikel maupun buku atau sumber lainnya sebagai pendukung untuk menyusun bab 1, 2, dan 3.
4. Menyusun kuisioner sesuai dengan indikator yang ada pada jurnal utama.
5. Mengumpulkan data dengan mendistribusikan kuisioner kepada responden secara *online* sebanyak minimal 155 responden.
6. Melakukan pengolahan data menggunakan *software* IBM SPSS versi 29.
7. Melakukan analisa terhadap hipotesis.
8. Menyusun pembahasan, kesimpulan, dan saran pada bab 4 dan 5.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian mengenai *Business Sustainability*, terdapat 4 variabel yang akan diuji hipotesisnya, yakni variabel *Product Innovation*, *Service Innovation*, *Process Innovation*, dan *Marketing Innovation*. Pengukuran variabel menggunakan skala *likert* 1 hingga 5, dimana skala 1 menunjukkan tingkat ketidaksetujuan yang tinggi dari responden (sangat tidak setuju) dan skala 5 menunjukkan tingkat persetujuan yang tinggi dari responden terkait pernyataan di kuisioner (sangat setuju).

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Referensi	Scaling Techniques
<i>Product Innovation</i>	inovasi produk ialah proses pengembangan dan pengenalan produk baru, atau melakukan perubahan signifikan pada produk yang sudah ada berupa penambahan fitur baru, peningkatan kinerja produk, atau	PI 1	Produk/jasa kami sangat baru dan unik <i>Level of newness and uniqueness of products/services</i>	Jajja et al. (2014)	Skala Likert 1-5
		PI 2	Bisnis kami memerhatikan kebutuhan pelanggan dalam pengembangan produk/jasa baru		Skala Likert 1-5

	peningkatan efisiensi dalam proses produksi (Tidd & Bessant, 2018).		<i>Customer orientation of new products/services</i>		
		PI 3	Bisnis kami sangat sering memperkenalkan produk/ jasa baru ke pasar <i>Frequency of introduction of new products/service</i>		Skala Likert 1-5
		PI 4	Setiap produk/ jasa kami menekankan nilai tambah untuk pelanggan <i>Value for customers in products/services</i>		Skala Likert 1-5
<i>Service Innovation</i>	Inovasi layanan merupakan inovasi untuk menciptakan penyediaan layanan baru atau pengembangan layanan guna menghasilkan nilai tambah untuk pelanggan. Inovasi layanan tidak fokus kepada produk fisik melainkan pada pengalaman dan proses layanan yang diberikan dan diterima oleh pelanggan (Edvardsson & Olsson, 2006).	SI 1	Bisnis kami memperkenalkan banyak layanan baru ke pasar <i>Our organisation has introduced many new services to the market</i>	Ndubisi et al. (2015)	Skala Likert 1-5
		SI 2	Bisnis kami melakukan banyak modifikasi pada layanan yang sudah ada dan memperkenalkannya ke pasar <i>Our organisation has introduced many modifications to the existing services</i>		Skala Likert 1-5
		SI 3	Bisnis kami terus berupaya untuk menemukan layanan baru <i>Our organisation constantly seeks to find new services</i>		Skala Likert 1-5
		SI 4	Bisnis kami memperkenalkan lebih banyak layanan baru dibanding kompetitor <i>Our organisation has introduced more new services than our competitors</i>		Skala Likert 1-5
		SI 5	Layanan baru bisnis kami menyebabkan perubahan signifikan di industry <i>The new services we introduced have caused significant changes in the industry</i>		Skala Likert 1-5
<i>Process Innovation</i>	Inovasi proses merupakan inovasi yang mengacu pada pengembangan atau penggunaan ide,	PRCI 1	Bisnis kami terus menerus menyesuaikan sistem operasional kami dengan sistem kelas dunia	Ndubisi et al. (2015)	Skala Likert 1-5

	teknologi, atau strategi dalam melakukan aktivitas operasional guna memperbaiki cara kerja organisasi dan menghasilkan <i>output</i> yang lebih baik (Westerman, Bonnet, & McAfee, 2014).		<i>We constantly benchmark our operating systems to world-class standards</i>		
		PRCI 2	Praktik kerja bisnis kami secara konstan diperbarui untuk meningkatkan produktivitas <i>Work practices are constantly updated to increase productivity</i>		Skala Likert 1-5
		PRCI 3	Bisnis kami secara konstan menggunakan teknologi untuk meningkatkan kualitas layanan <i>We constantly use technology to enhance service quality</i>		Skala Likert 1-5
		PRCI 4	Bisnis kami banyak berinvestasi untuk mengembangkan sistem operasi baru <i>Our organisation invests heavily in developing new operating systems</i>		Skala Likert 1-5
		PRCI 5	Kami terus melatih karyawan kami terkait teknologi industri yang sedang berkembang <i>We continuously train our people in emerging industry technologies</i>		Skala Likert 1-5
<i>Marketing Innovation</i>	Inovasi pemasaran merupakan proses dimana perusahaan mengembangkan dan mengimplementasikan konsep baru dalam berbagai aspek seperti produ, harga, promosi, atau distribusi guna mencapai tujuan pemasaran yang lebih efektif (Kotler & Keller, 2016).	MI 1	Bisnis kami sering menggunakan metode penetapan harga yang inovatif untuk menentukan harga produk/layanan <i>Pricing methods</i>	Lin et al. (2010)	Skala Likert 1-5
		MI 2	Bisnis kami mengembangkan metode distribusi yang inovatif guna meningkatkan efisiensi rantai pasokan <i>Distributing methods</i>		Skala Likert 1-5
		MI 3	Bisnis kami menggunakan metode promosi yang inovatif untuk menjangkau pasar yang lebih luas <i>Promoting methods</i>		Skala Likert 1-5
		MI 4	Bisnis kami menggunakan sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM) untuk menganalisis dan memahami		Skala Likert 1-5

			<p>perilaku pelanggan secara lebih mendalam</p> <p><i>Advanced CRM system</i></p>		
		MI 5	<p>Bisnis kami mengidentifikasi adanya pasar yang belum terpenuhi dan menciptakan inovasi terkait peluang tersebut</p> <p><i>Unfilled need markets</i></p>		Skala Likert 1-5
<i>Business Sustainability</i>	<i>Business Sustainability</i> atau keberlanjutan bisnis merupakan konsep bisnis suatu perusahaan yang juga bertujuan dalam menciptakan nilai sosial dan lingkungan yang berkelanjutan, bukan hanya mencapai keuntungan finansial (Porter & Kramer, 2011).	EC 1	<p>Bisnis kami menyediakan lapangan kerja untuk saya dan atau orang lain</p> <p><i>Provides employment to us and others</i></p>	Khan & Quaddus (2015)	Skala Likert 1-5
		EC 2	<p>Penjualan toko terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun</p> <p><i>Sales growth</i></p>		Skala Likert 1-5
		EC 3	<p>Pendapatan bisnis kami stabil dari waktu ke waktu</p> <p><i>Income stability</i></p>		Skala Likert 1-5
		EC4	<p>Bisnis kami tidak mengalami kerugian dan sudah mendapat keuntungan</p> <p><i>Return on investment</i></p>		Skala Likert 1-5
		SO 1	<p>Bisnis kami dapat menjamin kebutuhan pokok untuk keluarga saya</p> <p><i>Ensures basic needs for our family</i></p>		Skala Likert 1-5
		SO 2	<p>Keberadaan bisnis kami memberikan dampak positif terhadap lingkungan sehingga pengakuan masyarakat akan bisnis kami meningkat</p> <p><i>Enhances our social recognition in society</i></p>		Skala Likert 1-5
		SO 3	<p>Keberadaan bisnis kami meningkatkan pemberdayaan di masyarakat sehingga masyarakat lebih mandiri dan mampu meningkatkan kualitas hidup</p> <p><i>Improves our empowerment in society</i></p>		Skala Likert 1-5
		SO 4	<p>Bisnis kami memberikan kebebasan dan kontrol bagi</p>		Skala Likert 1-5

			kami untuk mengusulkan ide atau membuat keputusan yang memengaruhi pekerjaan kami <i>Provides freedom and control</i>		
		EN 1	Bisnis kami mengelola sumber daya dengan memperhatikan dampak terhadap lingkungan <i>Uses utilities in an environment-friendly manner</i>		Skala Likert 1-5
		EN 2	Bisnis kami menghasilkan sedikit limbah dan emisi <i>Produces few wastes and emissions</i>		Skala Likert 1-5
		EN 3	Bisnis kami mengerti dan peduli untuk melakukan pengelolaan sampah <i>Concerned about waste management</i>		Skala Likert 1-5
		EN 4	Bisnis kami mengerti dan peduli untuk menerapkan faktor kebersihan <i>Concerned about hygiene factors</i>		Skala Likert 1-5

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana pengukuran mewakili karakteristik pada fenomena yang diteliti (Birks, 2016). Dengan hasil pengukuran data melalui skala mewakili tugas pengukuran yang ada dan tidak adanya kesalahan pengukuran, maka suatu data dapat dinyatakan valid dan siap untuk digunakan dalam suatu penelitian. Dalam penggunaan SPSS, pengukuran validitas suatu variabel dapat dilihat dari nilai *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy*, *Barlett's Test of Sphericity*, *Anti Image Correlation Matrix*, dan *Factor Loading of Component Matrix* dengan ketentuan sebagai berikut.

Tabel 3. 2 Uji Validitas

No	Ukuran Validitas	Ketentuan valid
----	------------------	-----------------

1	<i>Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy</i>	$KMO \geq 0,5$
2	<i>Barlett's Test of Sphericity</i>	$Sig. < 0,05$
3	<i>Anti Image Correlation Matrix</i>	$MSA \geq 0,5$
4	<i>Factor Loading of Component Matrix</i>	<i>Factor Loading</i> $> 0,5$

Sumber: Birks (2016)

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan guna mengevaluasi konsistensi hasil yang dihasilkan oleh skala apabila diuji secara berulang (Birks, 2016). Dalam penggunaan SPSS, pengukuran reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* yang merupakan nilai rata-rata seluruh kemungkinan koefisien *split-half* yang diperoleh dari berbagai cara pemisahan item skala. Terdapat nilai 0 hingga 1 yang dapat dihasilkan dalam pengukuran reliabilitas pada *Cronbach's Alpha*, dimana pengukuran dengan nilai $< 0,7$ dianggap tidak reliabel.

Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Hasil
$\geq 0,7$	Reliabel
$< 0,7$	Tidak Reliabel

Sumber: Birks (2016)

3.7 Metode Analisis Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 29 guna menguji hipotesis mengenai korelasi antara 4 variabel independen terhadap 1 variabel dependen. Data yang diperlukan terdiri dari minimal 155 unit data responden yang memenuhi kriteria objek penelitian yang telah ditetapkan. Berikut merupakan metode analisis yang digunakan pada penelitian ini:

3.7.1 Uji Asumsi Klasik

3.7.1.1 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018), uji normalitas bertujuan untuk mengevaluasi normal tidaknya distribusi suatu model regresi dan variabel residual. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode Monte Carlo yang merupakan salah satu metode dalam uji statistik parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) melalui aplikasi

SPSS versi 29. Suatu hasil dapat dikatakan signifikan dan terdistribusi normal apabila mendapat nilai lebih dari 0.05.

3.7.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang dilakukan guna menguji kolerasi dengan variabel independen. Uji multikolinearitas dalam penelitian ini mengacu pada nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah umumnya sama dengan nilai VIF yang tinggi sehingga berbanding terbalik. Nilai umum suatu hasil dapat dikatakan memiliki tingkat kolinearitas yang tinggi apabila nilai *tolerance* \leq 0.10 atau nilai VIF \geq 10.

3.7.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018), uji heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan guna menentukan adanya ketidaksamaan varians dari residual antar pengamatan. Model regresi yang baik adalah model yang homoskedastisitas, bukan yang heteroskedastisitas. Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode uji plots dengan melihat pada titik yang tersebar apakah membentuk pola atau tidak. Grafis *scatterplot* dengan titik yang menyebar secara acak dikatakan sebagai homoskedastisitas.

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali, (2018), uji koefisien determinasi dilakukan guna mengevaluasi sejauh mana model mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Nilai pada koefisien determinasi yaitu nol hingga satu. Semakin rendah nilai R^2 maka semakin terbatas kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sedangkan semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dengan baik.

3.8.2 Uji F (Signifikansi Simultan)

Menurut Ghozali (2018), uji F merupakan uji yang dilakukan guna mengevaluasi pengaruh variabel independen dan variabel dependen jika dimasukkan secara bersamaan ke dalam model. Apabila nilai F melebihi 4 dan nilai signifikansi kurang dari 0.05 maka hipotesis alternatif diterima sehingga semua variabel independen dinyatakan serempak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

3.8.3 Uji T (Signifikansi Parameter Individual)

Menurut Ghozali (2018), uji T dilakukan guna menentukan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Dengan jumlah nilai signifikansi $t \leq 0.05$ maka hipotesis diterima, sebaliknya apabila nilai signifikansi $t \geq 0.05$ maka hipotesis ditolak.

